

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる やや良くなる	一般小売店〔酒類〕 （経営者）	・東日本大震災の影響による自粛ムードは残るものの、客との会話の中では、外食の機会を増やしたいという話も出てきている。
		スーパー（店長）	・あと2、3か月もすれば、停滞している各商品の供給や工場の稼働率も回復すると思われ、景気は上向いてくる。ただし、小麦粉を始めとする商品値上げが今後出てくると、非常に不透明になる。
		スーパー（店員）	・東日本大震災の影響に伴う旅行や外食のキャンセルにより、家で過ごす人が増えて、食料品店の売上は増加が見込まれる。
		コンビニ（企画担当）	・東日本大震災から復興し、生産が回復してくれば、消費もある程度回復する。
		コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災に伴う購買意欲の減退は徐々に解消し、売上も回復する。
		コンビニ（エリア担当）	・今は厳しい状態にあるが、今後東日本大震災から復興するにつれて、商品の供給や工場の稼働が回復するため、景気は良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・今の状態がずっと続くことはなく、3か月先にはある程度回復している。自動車生産の目処が立ってくれば、市場は活気付く。
		スナック（経営者）	・東日本大震災に伴う自粛は、少しずつ回復する。ただし、夏のボーナスが削減されるという話もあり、厳しい状態は続く。周囲では、閉店する店が出てきている。震災の影響は今後も続くため、今後も閉店する店が多くなるのではないかと心配している。
		都市型ホテル（経営者）	・東日本大震災に伴う自粛やイベントの延期等が減り、今後は良くなる。ただし海外客は、相当の長期間、回復しないのではないかと。
		旅行代理店（経営者）	・大企業が長期の夏季休暇を推進することにより、旅行需要は増える。
		美容室（経営者）	・客は、今はイベント等を楽しむ気分になれないという様子であるため、2、3か月先に少し状況が落ち着けば、少しずつ回復するのではないかと。
変わらない		商店街（代表者）	・客の購入量や客単価が全く伸びてきておらず、購買意欲は低くなっているため、今後も変わらない。
		商店街（代表者）	・全体的に購買意欲は少し見られるようになってきているが、今後もあまり変わらない。
		商店街（代表者）	・東日本大震災の影響による商品供給の遅れはしばらく続きそうであり、完全に回復するのは夏以降になりそうである。また今後、アナログ放送の終了により、テレビの需要はある程度増えるが、単価が低い小型商品の割合が高く、販売増は期待できない。
		一般小売店〔土産〕 （経営者）	・東日本大震災からの復興が本格化すれば、多少は上向きになる。
		一般小売店〔薬局〕 （経営者）	・当地域の景気は一段と落ち込んでおり、倒産や閉店は今後まだ出てくる。
		一般小売店〔自然食品〕 （経営者）	・福島第一原子力発電所問題の不安を抱えたままの生活では、消費は回復してこない。
		一般小売店〔惣菜〕 （店長）	・これから中元シーズンが近づくが、東日本大震災のある程度の影響は避けられない。
		百貨店（売場主任）	・日常品は今あるもので済ませようとする節約志向は、まだまだ続く。
		百貨店（売場主任）	・服を買ったらお金がないので靴の購入は今度にしようという客が、最近増えている。客単価は低いものの、売上は徐々に出てくるため、すごく売れるということを期待せず、少しずつ売れば良い。
		百貨店（経理担当）	・東日本大震災の影響は、収束しつつあるように思われるが、今後についてはよく分からない。
		百貨店（販売担当）	・ミセス層は世の中の空気に敏感に反応するため、首都圏ほどではないにしても、節電や福島第一原子力発電所問題等の不安やメーカーの減産に影響を受ける可能性が高い。今後少しずつ改善しつつも、完全な回復は困難であり、この傾向は当面続く。
		百貨店（店長）	・先行きが不透明であり、気温の上昇も遅れていることから、春物や初夏物の衣料品の動きは改善しない。

百貨店（営業企画・販売促進）	・節電対策の関連商品が出てくるが、企業の業績悪化に伴う経費の圧縮により、中元ギフトの大幅減が見込まれる。
百貨店（販売担当）	・東日本大震災からの復興や福島第一原子力発電所問題の状況がどうなるかで、かなり違ってくる。
百貨店（経営企画担当）	・東日本大震災前の水準には回復していないが、ここ2～3週間の動きは安定しており、この状況は当面続く。
スーパー（店員）	・東日本大震災の影響もあり、余分に購入しない傾向は今後も続き、販売量は増えない。
スーパー（総務担当）	・明るい材料は少なく、当分の間、今の悪い状況で推移していきそうである。
スーパー（営業担当）	・東日本大震災に伴う自粛などにより、消費の低迷は続く。
コンビニ（店長）	・2～3月は多少動きが良くなっていたが、東日本大震災以降、その動きは止まっている。2、3か月先も、現在の状況が続く。
衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災の影響もあり、明るい兆しはなく、景気が悪い状態が続く。
衣料品専門店（経営者）	・客は来店すればそれなりに商品を購入しており、今の状態が今後も続く。
乗用車販売店（従業員）	・自動車の生産が回復すれば少し変わるが、2、3か月先ではそれほど変わっていない。
乗用車販売店（従業員）	・自動車の生産は再開されたものの、正常な状態にまで回復するには、まだ時間が掛かる。客からは、納期がはっきりしない中では検討もしづらいと言われる状態にあり、東日本大震災の影響で、購買意欲も減退してきている。
乗用車販売店（総務担当）	・東日本大震災の影響で、自動車の生産台数は2、3か月先も回復しないため、現状が続く。
高級レストラン（スタッフ）	・予約状況を見ると、来客数は東日本大震災以前の水準に回復できれば良いほうであるが、復旧、復興が遅れば売上は下振れする。
都市型ホテル（営業担当）	・東日本大震災や計画停電の影響により、製造業を中心に自粛ムードが高まってきている。今後も不透明である。
旅行代理店（従業員）	・東日本大震災の影響で旅行を取り止めた客が、改めて旅行を計画する状況にはない。また、新たに旅行を計画する客が例年と比べて増加するとも考えにくい。今の厳しい状況はまだ続く。
タクシー運転手	・夜の繁華街の人出は、1年ほど前から少ない。また、東日本大震災の影響で、繁華街での飲食をますます控えている。2、3か月先も悪い状態が続く。
タクシー運転手	・このところ、通勤特に帰宅時のタクシー利用客が、極端に減っている。デパートでの買物帰りの客の利用も、目に見えて減少し始めている。この先回復する気配も、全く感じられない。
タクシー運転手	・福島第一原子力発電所問題が解決する目処が立たず、名古屋でも外国人客はほとんど見当たらない。工場の稼働率が低い状態もまだ続く中、明るい材料はなく、厳しい状況は続く。
通信会社（企画担当）	・取引先のメーカーから放送機器やメディアが入荷する目処は立っていない。節電、建設資材の不足など、様々な面で東日本大震災の影響は続く。
ゴルフ場（企画担当）	・前年に比べると、5月の予約数は好調である。しかし、ゴールデンウィーク中の来場者数は今一つであり、6月の予約数も前年に比べると少し低調である。しばらくは来場者が多くなるとは思えず、低調のまま続く。
住宅販売会社（従業員）	・社会全体に自粛ムードがあり、経済は冷え込んでいる。夏に向けて、更に冷え込みは続く。
やや悪くなる	
一般小売店〔書店〕（経営者）	・東日本大震災の影響で、仕事量が減り、休業日が増えて、給料も減ってきたと話す客が非常に多い。その影響が、今後も徐々に出てくる。来客数は増えても、販売量がそれに比例しないという傾向は、まだまだ続く。
一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・企業収益や家計所得は減っており、最初に交際費が削られる。贈答品の需要は先細りし、3か月先は少し悪くなる。
一般小売店〔食品〕（経営者）	・当地域は製造業者が多く、東日本大震災の影響で材料や部品が入手困難であるため、減産したり休業したりしている。関連する多くの会社も大きな影響を受けており、当店の客も影響を受けている。そのため、日常生活の多くの面で出費を抑えている様子が見られ、悪い状況は当面続く。

一般小売店 [和菓子] (企画担当)	・東日本大震災の影響で、先行きは非常に不透明になっており、まだ困難が予想される。特に夏場の計画停電など、非常に難しい。景気が良くなる状況にはない。	
百貨店 (販売担当)	・高額品の動きが非常に悪く、この傾向は今後も続く。	
百貨店 (営業企画担当)	・当地域での東日本大震災による直接的な被害は小さいと思われるが、間接的な影響は大きく、高額品の需要の減少は避けられない。	
百貨店 (販売担当)	・ボーナス時期に入るが、ボーナス金額が増えるという企業は非常に少ないと思われる。また、東海地域では計画停電等の直接的な影響はないと思われるものの、休業日の増加や勤務時間が短縮される可能性はあり、先が見えない。	
スーパー (経営者)	・東日本大震災の影響か、3月から急激な落ち込みが続いており、消費者の財布のひもが固い状況はまだ続く。	
スーパー (経営者)	・東日本大震災による心理的な影響は3か月先もまだ残り、積極さはまだ出てこない。	
スーパー (店長)	・東日本大震災の影響は、当分解消しない。地元の自動車関連企業の稼働率も、そう簡単には戻らない。	
スーパー (店長)	・東日本大震災の影響や、計画停電に伴う商品調達の困難は、まだ続く。家庭内で食事する傾向が今後も進む一方で、商品がそろわず購買が進まないことから、景気はやや悪化する。	
スーパー (店員)	・先行きは不透明であり、良くなる兆しは全くない。	
コンビニ (店長)	・たばこの仕入れ制限により、来客数の減少やたばこの売上の減少を招く。	
家電量販店 (店員)	・アナログ放送が終了するが、テレビの価格は大幅に低下している。また、安価な地デジチューナーで済ませようという傾向も見られる。	
家電量販店 (店員)	・東日本大震災以降、新店舗の建設計画は、かなり見直されている。資材価格の高騰というよりは、資材が入荷しないため延期するという理由が多い。東日本大震災の影響で、当面、足を引っ張られる。	
乗用車販売店 (従業員)	・単価が今以上に低下することはないが、販売量が増える要素もなく、全体としてはやや悪くなる。	
乗用車販売店 (従業員)	・ここ数か月間は、目標を下回る。ただし、キャンペーンや特別仕様車の投入等もあり、平年並みに近づく手応えはある。メーカーの生産設備もかなり復旧してきており、納期がかなり早くなってきている車種もある。来月にはある程度の目処が立つため、あとは冷え込んだ客の購入意欲が回復することを待つばかりである。	
住関連専門店 (営業担当)	・東日本大震災の影響で、一般の持家住宅や分譲マンションでも建築資材が値上がりしており、客の様子見傾向は強くなっている。また、企業の設備投資も様子見の傾向が強くなっている。今の状態は、秋頃までは続く。	
都市型ホテル (従業員)	・予約数が減少している。	
都市型ホテル (経理担当)	・東日本大震災以降、関東方面への宿泊客数や、中国、韓国からの旅行客数が減少している。	
旅行代理店 (従業員)	・今夏の旅行キャンペーンを実施しているが、東日本大震災の影響がまだ非常に大きく、今年の夏商戦は例年に比べてかなり厳しい。	
通信会社 (営業担当)	・東日本大震災の影響で、部品入荷の遅れに伴う計画変更が発生しており、予定していたサービスの開通工事ができなくなる恐れがある。	
観光名所 (案内係)	・収入が減っており、消費に回す余裕のない人が多くなっている。景気が良くなる兆しは全くない。	
パチンコ店 (経営者)	・東日本大震災の影響で、自粛ムードが高まっており、景気の先行きも不透明である。	
設計事務所 (経営者)	・東日本大震災の影響で、建築資材が不足している。そのため、設計もしばらくは保留は続く。	
その他住宅投資の動向を把握できる者 [室内装飾業] (経営者)	・企業からの設備投資の引き合いが皆無である。	
その他住宅 [住宅管理] (従業員)	・周辺の商店街では、今月2件の閉店があるなど、閉店する店が目立っている。今後も景気は良くならない。	
悪くなる	商店街 (代表者)	・商店街の買物客は、大半がし好品が目当てであり、節約志向が強い中では、今後も厳しい。また、ウインドショッピングの客も含めて、来客数が減少することは間違いはない。
	一般小売店 [高級精肉] (企画担当)	・福島第一原子力発電所問題が、今後も食品業界に悪い影響を与え続ける。

百貨店（企画担当）	・東日本大震災以降、景気は急速に冷え込んでおり、回復の兆しも見られない。今後は福島第一原子力発電所問題の長期化により、消費意欲は更に冷え込む。また、復興のための増税論議も、景気を引き下げる。
スーパー（経営者）	・東日本大震災に伴う自粛で地域の大きなイベントが全部中止になり、鉄道、バスの輸送業、観光業、サービス業等が大きな影響を受けており、景気の先行きが見えない。
スーパー（営業企画）	・東日本大震災に伴う自動車を中心とした製造業の停滞の影響が、これから更に厳しく出てくる。
コンビニ（店長）	・東日本大震災の影響で、主力商品の入荷がままならないため、どうにもならない。
コンビニ（商品開発担当）	・商品供給は回復してきているが、自動車関連の製造業に影響が出ており、従業員の所得の落ち込みが大きい。すぐに元には戻らない。
乗用車販売店（従業員）	・販売台数の減少に加えて、東日本大震災の影響で自動車の生産が停止しているため、登録台数も大きく減少している。カーナビ等の供給もかなり少なくなっており、ただでさえ売れないのに、納期の見通しも立たず、非常に厳しい状況が続く。
乗用車販売店（経理担当）	・東日本大震災の影響で、何かと自粛する傾向が強い。財布のひもは固くなっており、今後も厳しくなる。
その他専門店〔貴金属〕（店長）	・東日本大震災後、購買意欲が低下している。余震や福島第一原子力発電所問題が一段落しない限り、低迷は続く。
一般レストラン（経営者）	・どの業種も本当に不景気であり、様々な面で東日本大震災の影響を受けている。今後も厳しい状況が続く。
観光型ホテル（経営者）	・2、3か月先も、関東ではまだ余震が収まっておらず、福島第一原子力発電所の問題もある。西日本の客は東日本には行きたくないということで、名古屋、大阪方面からの来客数は回復しない。旅行、レジャーや宿泊産業が動き出すのは、日常生活の安定を取り戻した後になるため、当分悪い状況が続く。
観光型ホテル（販売担当）	・4月だけでなく5～7月の全国規模の会合も、すべてキャンセルされている。
旅行代理店（経営者）	・東日本大震災の影響は、半年以上続く。福島第一原子力発電所問題も含めて、復興の先行きが見えてこない限り、景気の回復は難しい。
旅行代理店（経営者）	・福島第一原子力発電所問題が収束する見通しが立たない限り、海外からの来客数の減少は続く。関連産業は倒産、廃業に追い込まれる。
テーマパーク（職員）	・東日本大震災の影響で、全国的な出控えや海外客の減少は、今後も続く。
テーマパーク（経営企画担当）	・東日本大震災の影響で、消費の節約は今後も続く。
理美容室（経営者）	・客との会話では、仕事がなくなったとか、給料が減っているとのことであり、今後も厳しい。
住宅販売会社（経営者）	・東日本大震災の影響により、今後良くなるとは思えない。
住宅販売会社（従業員）	・地震に備えて、自宅の耐震診断を行い、増改築するという客は見られない。いざという時のために、今は住宅に投資せず貯蓄するという考えが強い。今後も厳しい状況が続く。
住宅販売会社（業務担当）	・東日本大震災の影響により、厳しい状況が続く。
企業動向関連	良くなる やや良くなる
	-
	-
電気機械器具製造業（経営者）	・今後、当社の新製品の売上が期待できる。
電気機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災の影響で、受注量がやや増加することが見込まれる。2、3か月先には若干上向く。
輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・東日本大震災の影響は特になく、仕事量はどんどん増えている。今後もこの調子で良くなる。
輸送業（エリア担当）	・東日本大震災からの復興に伴い、福島県から北の被災地域に向けた荷物量が増加している。今後半年間ほどは、このような荷動きが活発になる。
金融業（法人営業担当）	・今後自動車の生産が増加していくにつれて、部品メーカーの受注量も徐々に回復していく。当地域では生産設備は被災していないため、生産の回復につれて、企業業績も少しずつ持ち直す。
行政書士	・東日本大震災からの復興に伴い、今後は物流の動きが出てくる。

	会計事務所（職員）	・今後1、2か月間は東日本大震災の影響が続くが、部品や材料の供給が回復すれば、復興特需もあり、生産や販売は増加すると話す事業者が多い。
変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・東日本大震災の影響は、2、3か月先には少なくなっている。
	窯業・土石製品製造業（社員）	・東日本大震災の影響で自動車が減産している割には、関係する取引先からの注文量は減っていない。今後も落ち込みは特に出ない。
	電気機械器具製造業（営業担当）	・現状が改善する要素は見当たらない。
	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・東日本大震災の影響で、完成車メーカーからの自動車部品の注文数は、3か月先も今と同程度である。5割程度の稼働率では、黒字にはならない。
	輸送用機械器具製造業（財務担当）	・工場の稼働を再開しているが、部品調達面での問題探しが目的という面が強く、復旧が進んでいるとは言えない。この状況が、あと3か月程度は続く。
	建設業（経営者）	・当地域では、東日本大震災による直接的な被害はなかったこともあり、それほど深刻ではない。現在の状況が今後も続く。
	輸送業（経営者）	・東日本大震災に伴う部品、資材の不足による生産の停滞や消費意欲の低迷は、今後も続く。
	金融業（企画担当）	・東日本大震災の影響がどの程度であるかを見極める必要があるとの認識を持つ企業、個人が多く、非常に慎重である。夏には計画停電も予定されており、影響がもう少し明確になるまでは、景気は変わらない。
	広告代理店（制作担当）	・東日本大震災の影響で、これまでほとんどの企業が広告を自粛していたが、今後は少しずつ回復してくる。
	会計事務所（社会保険労務士）	・東日本大震災後、創立記念旅行等を自粛していた会社が、夏に再度計画する動きがある。その一方で、自動車関連は3か月先も例年の75%ほどしか仕事がないのではと懸念している。業種によって差が大きい、全体としては変わらない。
	その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・2、3か月先に東日本大震災の影響から抜け出せるとはとも思えず、今後も厳しい状態が続く。
	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・東日本大震災の影響に伴う物資の入荷の遅れはあと1か月ほどで解消するが、景気はあと2か月間は良くなる見込みはない。
やや悪くなる	化学工業（総務担当）	・販売先では、部品の在庫がなくなると稼働が落ちてくる恐れがある。電力供給を心配する取引先もあり、先が読めない。
	化学工業（企画担当）	・東日本大震災の影響による原料調達の問題や、福島第一原子力発電所問題に伴う海外からの日本製品への不安の拡大により、景気は減速する。海外経済は回復基調にあるため、原発問題が一定の解決に向かえば、回復に向かうことも考えられる。
	金属製品製造業（従業員）	・販売価格は上向かないが、仕入価格の上昇は止まらないため、利益は圧縮される。
	一般機械器具製造業（営業担当）	・東日本大震災の影響で部材が入荷せず、受注している設備の出荷ができないため、資金繰りが悪化する。また、部材の入荷の遅れにより、新規の受注もできない。
	輸送業（エリア担当）	・当地域の自動車関係では、東日本大震災に伴う部品供給の不足により、生産調整している。今後は物流も減少する。
	輸送業（エリア担当）	・東日本大震災の影響で、自動車メーカーが通常の操業に回復していないため、関連会社への注文も減っている。それにより、企業間の荷動きも減っている。この状態は、今後も続く。
	輸送業（エリア担当）	・東日本大震災の影響で、自動車関連の仕事量は半分以下になっており、当面回復しない。また、燃料価格が前月と比べて1リッター当たり約15円も高騰している。今後は一段と厳しくなる。
	通信業（営業担当）	・東日本大震災の影響が出てくるのは、これからである。当面、景気はやや悪くなる。
	不動産業（管理担当）	・リーマンショックの影響による家賃の引き下げ交渉が収束してきたところに、東日本大震災が発生した。この影響は徐々に出てきており、今後は経費を圧縮する動きも出てくる。
悪くなる	食品製造業（企画担当）	・東日本大震災の影響で、原材料の調達に支障が出ている。また、福島第一原子力発電所問題の影響により、食品に対する意識も高まっており、消費意欲は全体的に減退傾向にある。今後は、関東での計画停電の影響も出てくる。

	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・主要取引先では、今後数か月間減産が実施される。そのため、当社の段ボール箱の生産量は、かなり減少する。	
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・窯業界の景気の先行指数となる住宅着工件数は、平成22年9月～11月の累計が216,226戸であったのに対し、平成22年12月～平成23年2月の累計は203,478戸であり、5.9%減少している。	
	鉄鋼業（経営者）	・東日本大震災からの製造業の回復は非常に遅く、当面受注量が大きく伸びることはない。年末頃になってやっと震災前の水準に戻るのではないかと話す取引先が多い。	
	金属製品製造業（経営者）	・予定する案件の見積金額は、前月までと比べても大きく低下している。今後の景気も悪くなる。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・今後在庫切れが発生し、本格的な在庫調整に入る5～7月は景気の底になる。部品供給の回復には半年間は掛かるため、前年並みの稼働に戻るのは年末と予想している。	
	輸送業（従業員）	・東日本大震災の復旧に伴う費用負担と原油価格の高騰により、今後の景気は悪くなる。	
	通信会社（法人営業担当）	・東日本大震災の影響により、資材調達が激減している。大手自動車メーカーを始めとする自動車産業の生産縮小や、福島第一原子力発電所問題に伴う農水産物への被害と海外からの観光客数の減少に加えて、復興税の新設の検討もされており、今後の景気は一段と厳しくなる。	
	不動産業（経営者）	・東日本大震災の不動産事業への影響は、これから大きくなりそうである。	
	公認会計士	・自動車メーカーの生産が完全に回復するには時間が掛かりそうであり、中小企業の操業度の低下は今後も続く。	
	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・大手自動車メーカーの稼働が回復しない限り、関連企業の稼働も低く、ひいてはIT関連の投資も減少する。	
雇用 関連	良くなる	人材派遣会社（経営企画）	・研究開発需要の増加傾向は今後も継続し、広がりも出てくるため、技術者派遣の需要も増加する。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・ゴールデンウィーク中の予約状況は非常に悪いが、ゴールデンウィーク明けの週からは、週末を中心に平日の予約状況も良く、派遣求人数は増える。
	変わらない	人材派遣会社（支店長）	・東日本大震災からの復興には時間が掛かり、東海地域の求人数等の低調も当面続く。
		職業安定所（職員）	・部品調達の問題が解消する目処がまだ立たない状況にあり、休業補償や雇用調整助成金の申請をする企業は今後も増加する。
		職業安定所（職員）	・部品調達等の問題はかなり落ち着いてきており、もう少しで良くなると思われるが、2、3か月先では変わらない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（経営者）	・ここ数か月間は、東日本大震災の影響で景気は悪くなる。派遣注文はほとんどなく、指名解雇を実施する企業も出てきており、非常に厳しい。
		人材派遣会社（社員）	・正社員の採用を取り止める企業が増加しており、今後は厳しくなる。
アウトソーシング企業（エリア担当）		・自動車関連企業の動向が、今後現状よりも良くなるとは考えにくい。派遣期間の契約満了に伴い、派遣契約数は自然に減少する。	
新聞社〔求人広告〕（営業担当）		・自動車関連では本格的な生産を再開しておらず、見通しも厳しい。東日本大震災の影響で、今後どうなるか分からない状況は当分続く。	
職業安定所（職員）		・新規求人数は、非常に減少している。4月は前年同月比マイナス20%弱となっている。求人数が減少し求職者数は増加する傾向は、しばらく続く。	
民間職業紹介機関（営業担当）		・当地域は製造業者が多く、東日本大震災の影響は今後大きくなる。また、労働者派遣法の改正に伴い、契約終了数は引き続き増加する。	
学校〔専門学校〕（就職担当）		・東日本大震災以降、業績の先行きが不透明であるため、東北地域での採用には消極的になっている。東北在住の求職者は、関東での採用枠に含める方向である。	
悪くなる	-	-	